



ZEISS Unternehmensbereich Vision Care

Zahlen, Daten, Fakten

Firmensitz	Aalen, Deutschland
Geschäftsführung	Dr. Matthias Metz (Vorsitzender), Paul Bilsdorfer
Struktur	<p>Der Unternehmensbereich ist in der Sparte Vision Care/Consumer Optics angesiedelt. Mit rund 9.100 Mitarbeitern erwirtschaftete die Sparte im Geschäftsjahr 2014/15 einen Umsatz von 1,007 Milliarden Euro.</p> <p>Die Carl Zeiss AG hält 100 Prozent der Stimmrechte der Carl Zeiss Vision International GmbH.</p>
Standorte	<ul style="list-style-type: none">▪ 2 Forschungsstandorte (Deutschland, Australien), 4 für Massenfertigung (Mexiko, Brasilien, China und Ungarn)▪ 3 Fertigungsstandorte für Sonnengläser (Italien, Brasilien, China)▪ über 45 Rezeptfertigungen in allen Kontinenten▪ 4 globale Distributionszentren (USA, Mexiko, China und Ungarn)▪ 3 regionale Distributionszentren (Brasilien, Indien und Australien)▪ etwa 100 regionale und lokale Auslieferungszentren
Portfolio (Auswahl)	<ul style="list-style-type: none">▪ Einstärkengläser (mineralisch, organisch)▪ Mehrstärkengläser (Gleitsicht, Bifokal, Trifokal)▪ Digital Brillengläser▪ ZEISS DriveSafe (Autofahrerbrille)▪ Filtergläser (Sonnengläser, phototrope Gläser, Spezialfilter-Gläser)▪ Vergrößernde Sehhilfen (für Sehbehinderte sowie für Medizin und Technik)▪ Geräte zur Bestimmung der Refraktion (Brillenglasbestimmung, Brillenglaszentrierung, Präzisionsmessbrille)▪ Digitale Systeme zur Kundenberatung und Gerätesteuerung▪ Dienstleistungen und Marketinglösungen für Augenoptiker (ZEISS Experience, ZEISS Relaxed Vision Center)
Produktion	<ul style="list-style-type: none">▪ etwa 100 Millionen Rezept- und Standardgläser pro Jahr▪ etwa 200.000 Bestellungen pro Tag▪ 200 Millionen Menschen weltweit tragen Brillengläser von ZEISS



Meilensteine der Unternehmensgeschichte

1. April 1912	Carl Zeiss gründet den Bereich Augenoptik und bringt das erste Präzisionsbrillenglas mit Namen Punktal auf den Markt.
1914	Beginn der Produktion von Zweistärkengläsern (bifokale Gläser).
1924	Einführung des Sonnenschutzglases UMBRAL, der ersten Sonnenbrille mit gleichmäßiger Tönung bei optischen Brillengläsern.
1932	Einführung der PERIVIST Brillenfassungen, die erstmals den anatomisch optimalen, verdrehsicheren Sitz der Gläser sichern und eine individuelle Anpassung ermöglichen.
1945	Trennung von Carl Zeiss in Jena und Carl Zeiss in Oberkochen.
1957	Verlagerung der Brillenglasproduktion nach Aalen.
1959	Erste Entspiegelung für Brillengläser (ET = Einfache Transparenz-Schicht).
Ab 1960	Einführung von Kunststoffgläsern, u.a. durch Scientific Optical Laboratories of Australia (SOLA; wurde 2005 mit der Augenoptik von Carl Zeiss zur Carl Zeiss Vision verschmolzen).
1970	Mit UMBRAMATIC bedient ZEISS zum ersten Mal auch das Segment der selbsttönenden Brillengläser.
1970	Die ersten Gleitsichtgläser werden als Gradal 1 auf den Markt gebracht. 1982 gelingt mit Gradal HS weltweit erstmals die Horizontalsymmetrie in diesem Segment.
1983	Mit Gradal HS gelingt der Durchbruch in der Sparte der Gleitsichtgläser; Gradal ermöglicht die gleichen Sehbedingungen für beide Augen unabhängig von der Blickrichtung.
1987	Erstes Kunststoffglas (organisches Glas) von ZEISS unter dem Markennamen Clarlet Gradal HS.
1991	Erstes höherbrechendes Kunststoffglas der Welt: Clarlet SL von ZEISS. Heute ermöglicht ein Brechungsindex bis zu 1.74 um bis zu 40 Prozent dünnere und damit leichtere Gläser, im Vergleich zu herkömmlichen Indizes.
1995	Übernahme der 1869 gegründete American Optical und Börsengang durch SOLA International.
2000	Mit Gradal Individual® präsentiert ZEISS sein erstes individuelles Gleitsichtglas: Neben der dioptrischen Wirkung fließen erstmals auch individuelle Kundenparameter der Brillenanpassung in die Berechnung der Gleitsichtfläche mit ein.



2005	Zusammenschluss des Augenoptik-Geschäfts der Carl Zeiss Gruppe und des US-amerikanischen Brillenglaserherstellers SOLA International.
2006	Einführung von Gradal Individual® FrameFit®, dem ersten Gleitsichtglas, das sich allen Brillenfassungen anpasst.
2007	Mit i.Scription® ist durch Wellenfrontmessung die Berücksichtigung des individuellen Augenprofils bei der Brillenglasberechnung möglich. Diese Technologie verbessert die Korrektur von Sehfehlern bei Brillenträgern wesentlich, vor allem bei nächtlichem Sehen.
2009	ZEISS Erleben wird als modulares Geschäftsmodell mit drei wesentlichen Bausteinen vorgestellt: ZEISS Seh-Analyse, Marketing und Beratungs-Tools sowie ein spezielles Shopdesign.
Oktober 2010	Neustrukturierung der Unternehmensfinanzierung: Die Carl Zeiss AG übernimmt 100 Prozent der Stimmrechte an Carl Zeiss Vision, die als Unternehmensbereich ZEISS Vision Care in die Carl Zeiss Gruppe integriert wird.
2010	MyoVision™ ist ein speziell für asiatische Kinder entwickeltes Brillenglas, das mit Hilfe der Peripheral Vision Management Technology™ den Fortschritt von Kurzsichtigkeit und damit die Gefahr späterer deutlicher Einschränkung der Sehfähigkeit signifikant reduziert. Etwa die Hälfte aller Kinder zwischen elf und 13 Jahren, die in asiatischen Städten bzw. urbanen Regionen leben, leiden aktuell unter Kurzsichtigkeit – Tendenz steigend.
2012	Mit PhotoFusion® bringt ZEISS die bisher schnellsten selbsttönenden Brillengläser auf den Markt.
2012	Mit der eigens entwickelten Technologie zur Bestimmung der maximalen Sehentfernung im Raum (Maximum Intermediate Distance = M.I.D.) kann ein ZEISS Brillenglas bis auf den Zentimeter genau auf die individuell geforderte Sehentfernung angepasst werden. Eingesetzt wird diese Innovation etwa bei officelens Brillengläsern, die speziell für das Arbeiten im Büro und für die Freizeit konzipiert sind.
2012	ZEISS feiert unter dem Motto „100 Jahre besser sehen. 100 Jahre ZEISS Augenoptik“ das 100-jährige Jubiläum des Bereiches Augenoptik und der ersten Präzisionsbrillengläser der Welt.
2013	ZEISS Vision Care präsentiert sich weltweit in einem neuen Markenauftritt, der konsequent auf die Kraft der Marke ZEISS setzt. Im Fokus stehen die besonderen und faszinierenden Momente, die Kunden mit ZEISS Produkten und Hightech erleben – die „Momente“



	in Kombination mit dem neuen Unternehmensauftritt prägen das gesamte Erscheinungsbild von ZEISS Vision Care.
2014	<p>Weltweiter Launch der neuen Brillenglaskategorie ZEISS Digital Brillengläser. Diese Brillengläser entlasten die Augen von Nutzern mobiler digitaler Endgeräte, besonders in der Altersgruppe der 30- bis 45-Jährigen. Denn der oft ständige Blick auf Smartphones, Tablets & Co. kann purer Sehstress sein. Das Ergebnis: spürbare Beschwerden wie Kopfschmerzen, brennende Augen oder Nackenverspannungen.</p> <p>Für die Entwicklung der ZEISS Digital Brillengläser hat ZEISS sich explizit mit der Körperhaltung, dem Sehabstand zum Gerät und dem Blickwechsel zwischen den Sehbereichen beschäftigt.</p>
2015	<p>ZEISS überarbeitet sein gesamtes ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio und geht damit einen wesentlichen Schritt in Richtung Kundenwünsche und Marktanforderungen.</p> <div data-bbox="582 1048 1173 1377" data-label="Diagram"> <p>Das Diagramm zeigt vier Trends, die um eine Weltkugel angeordnet sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Trend 1: Digitale Geräte bestimmen unseren Alltag (Illustration: Smartphone, Tablet, Laptop) Trend 2: Modetrends werden schneller und wichtiger (Illustration: Brillengläser) Trend 3: Technologie passt sich dem Menschen an (Illustration: Brillengläser, die an ein menschliches Profil angepasst sind) Trend 4: Individueller Lebensstil erfordert individualisierte Produkte (Illustration: Personen, die verschiedene Aktivitäten ausüben) </div> <p>ZEISS Gleitsichtgläser gibt es in vier Kategorien – mit perfekter Anpassung an das menschliche Auge und die digitale Welt, an Fassungen und Fassungswechsel, an die individuelle Gesichtsanatomie und individueller Anpassung an den persönlichen Lebensstil.</p>
2015	ZEISS stellt mit i.Com mobile ein neues, iPad-basiertes System für die Steuerung der Vermessungsgeräte, die zentrale Sammlung von Daten und der persönlichen Beratung vor.
2015	ZEISS erweitert das ZEISS DuraVision Beschichtungsportfolio um ZEISS DuraVision Silver und ZEISS DuraVision Blue Protect.



2015	Weltweiter Launch der ZEISS DriveSafe Brillengläser. Sie sind darauf ausgelegt, brillentragenden Autofahrern ein Maximum an Sicherheit und Komfort zu bieten und können dabei den ganzen Tag getragen werden. Eine neue hochwertige Veredelung und eine moderne Brillenglastechnologie machen dies möglich. Die neuen Brillengläser wirken den größten Schwierigkeiten, denen Brillenträger beim Autofahren bei schlechten Licht- und Witterungsverhältnissen wie Dämmerung, Nebel oder Regen begegnen sowie dem subjektiven Blendungsempfinden primär durch die Scheinwerfer entgegenkommender Fahrzeuge, entgegen.
------	--

Stand: Januar 2016

Ansprechpartner für die Presse

Joachim Kuss
Tel.0151 42 11 22 88
E-Mail: joachim.kuss@zeiss.com

www.zeiss.de/augenoptik-newsroom